

DESTINATION FRANCE

LE JOURNAL D'INFORMATION DE ATOUT FRANCE

48

PRINTEMPS
2018

SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE :

CONSOLIDER LA REPRISÉ
DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE
INTERNATIONALE

p.3



POLITIQUE DU TOURISME

2^e Conseil interministériel du tourisme : une politique du tourisme renforcée sur la promotion et l'investissement / p.4

GASTRONOMIE

Goût de/Good France : la cuisine française célébrée ! / p.6

ÉVÉNEMENTS

1519 – 2019 : 500^e anniversaire du décès de Léonard de Vinci et de la Renaissance en Centre-Val de Loire ! / p.7



Ces 27 et 28 mars, *Rendez-vous en France* est de retour à Paris !
Ce salon, que nous organisons pour la 13^e année, constitue une réponse particulièrement concrète aux attentes des professionnels français. En effet, les 900 prescripteurs internationaux que nous invitons sont tous à la recherche d'offres, de nouveautés, d'expériences qui vont leur permettre de renouveler la programmation et la commercialisation des destinations françaises auprès de leurs clients.

Nous donnerons d'ailleurs d'autres rendez-vous, plus thématiques, aux professionnels d'ici la fin de l'année avec *France Meeting Event* en septembre, *Spiritual France* et *Destination Vignobles* en octobre.

L'action et le rôle de Atout France ont d'ailleurs été confortés lors du Conseil interministériel du tourisme présidé par le Premier ministre, le 19 janvier dernier. L'Agence a en effet été désignée comme interlocuteur privilégié des porteurs de projets dans les territoires. Elle les accompagnera désormais dans la mise en œuvre d'une dizaine de projets structurants par an avec le soutien de la Caisse des dépôts. Elle favorisera par ailleurs le développement et la promotion des marques de destination et de leurs entreprises à l'international, grâce en 2018, à un budget renforcé (voir pages 4 & 5).

Nous nous tenons donc aux côtés de tous les partenaires prêts à investir pour augmenter l'attractivité de la destination en 2018 et consolider ainsi la reprise de la fréquentation internationale observée en 2017.

SOMMAIRE

03. ACTUALITÉ

- Salon *Rendez-vous en France* : consolider la reprise de la fréquentation touristique internationale

04. COMPÉTITIVITÉ

04. POLITIQUE DU TOURISME

- 2^e Conseil interministériel du tourisme : une politique du tourisme renforcée sur la promotion et l'investissement

06. GASTRONOMIE

- *Goût de/Good France* : la cuisine française célébrée !

07. ÉVÉNEMENTS

- 1519 - 2019 : 500^e anniversaire de la Renaissance en Centre-Val de Loire !

08. DESTINATIONS & FILIÈRES

08. OUTRE-MER

- Atout France expertise le potentiel touristique des principaux sites fonciers de Guyane
- Promotion : l'Italie, un marché prédominant pour les destinations d'outre-mer

09. MONTAGNE

- Rencontres de Grand Ski 2018 : focus sur les clientèles britanniques et chinoises
- Atout France, partenaire du cinquantenaire des JO de Grenoble

10. FORMATION

- MOOC Accueil France : quoi de neuf en 2018 ?
- Agences de voyages : une édition spéciale du MOOC + bonus Chine et Inde

11. ÉQUIPEMENTS

- Le marché des parcs de loisirs analysé par Atout France et le SNELAC dans une nouvelle étude
- Atout France, un appui de proximité aux projets d'investissements en Méditerranée

12. PROMOTION

- Dordogne Périgord, une destination riche et plurielle
- Culture : inauguration de *France eMotion*
- Corse, une bonne raison d'y aller

14. PROMOTION DES FILIÈRES

15. CLIENTÈLES & MARCHÉS

15. MARCHÉ MATURE

- La destination France, en bonne place sur le marché italien

16. MARCHÉ MATURE

- Le Canada, un marché nommé désir

17. ACTIONS À L'INTERNATIONAL

20. EN BREF

- Publications
- Conférences et Formations
- Événements à venir
- Actualité Air France

Retrouvez notre supplément « *Ils nous ont rejoints* » en p. 10

ACTUALITÉ

SALON RENDEZ-VOUS EN FRANCE CONSOLIDER LA REPRISE DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE INTERNATIONALE

Rendez-vous en France, 1^{er} salon international BtoB de l'offre touristique française, est de retour à Paris, Porte de Versailles. L'occasion pour les professionnels français de remplir leur carnet de commandes auprès des 900 acheteurs venus de 70 pays et de consolider ainsi l'augmentation de fréquentation des visiteurs internationaux observée en 2017.

En 2018, c'est en partenariat avec l'Office de Tourisme et des Congrès de Paris et le Comité régional de tourisme Paris Région que Atout France réitère l'organisation de sa plus importante manifestation dédiée à la commercialisation de l'offre touristique française.

Environ 850 voyageurs en provenance des cinq continents et une quarantaine de journalistes de la presse professionnelle internationale sont attendus. Deux jours durant, les rendez-vous d'affaires se succéderont toutes les 20 minutes au Paris Expo Porte de Versailles (plus de 23 400 rendez-vous pré-organisés en 2017).

Comme le souligne Christian Mantei, directeur général de Atout France : *Dans un contexte fortement concurrentiel et marqué par la reprise de la fréquentation touristique en France, le salon représente une occasion unique pour les 750 sociétés françaises exposantes de promouvoir et vendre leurs produits auprès d'un panel d'acheteurs internationaux fortement qualifié.*

Rendez-vous en France sera aussi l'occasion pour les destinations françaises de faire découvrir leurs atouts touristiques. Ainsi, 12 régions se sont mobilisées pour accueillir, quelques jours avant le salon, près de 500 tour-opérateurs dans le cadre de 42 éductours.

Enfin, 2 soirées de networking viendront ponctuer ces 2 journées de travail :

- La soirée d'accueil destinée aux tour-opérateurs aura lieu le lundi 26 mars aux Puces de Paris Saint-Ouen
- le 27 mars, pour la soirée officielle « France », Atout France conviera les 2 200 participants du salon, exposants et visiteurs, à La Seine musicale. Nouveau symbole fort de la culture parisienne, ce temple de la musique est un écrin idéal pour proposer une soirée sur le thème de la musique, laissant la part belle à de nombreuses expressions artistiques contemporaines.



CHIFFRES CLÉS

- 2 journées de workshop
- 750 sociétés françaises exposantes
- 900 prescripteurs internationaux venus de 70 pays
- Plus de 23 000 rendez-vous d'affaires programmés
- 500 prescripteurs internationaux en éductour dans 12 destinations françaises

EXPOSANTS PAR SECTEUR D'ACTIVITÉ

42 %

Hébergement,
Restauration



20 %

Organisme de promotion,
Office de tourisme,
Organisme institutionnel



11 %

Agence réceptive,
Centrale de réservation



14 %

Musée, Monument,
Château, Site à thème



9 %

Autres



3,5 %

Transport : Autocariste,
transport fluvial,
location de véhicules



VISITEURS



▶ 70 marchés représentés

▶ 51% Europe

▶ 30% Asie Pacifique, Afrique et Moyen-Orient

▶ 19% Amériques

POLITIQUE DU TOURISME

2^E CONSEIL INTERMINISTÉRIEL DU TOURISME : UNE POLITIQUE DU TOURISME RENFORCÉE SUR LA PROMOTION ET L'INVESTISSEMENT

Le 19 janvier dernier, le Premier ministre a réuni le 2^e Conseil interministériel du tourisme puis a annoncé une série de mesures destinées à assurer le succès touristique de nos territoires. Au cœur de ces nouvelles dispositions, Atout France a été confortée dans son rôle et dans ses missions, notamment en matière d'ingénierie touristique.

Le Gouvernement, qui a fait du tourisme une priorité de son action, a convoqué, pour la 2^e fois, un Conseil interministériel du tourisme (CIT), présidé par le Premier ministre le 19 janvier dernier. Le Conseil a ainsi réuni les ministres concernés par le secteur, les élus et les professionnels autour d'une feuille de route définie à l'avance pour les 18 prochains mois. Dans l'après-midi, à l'occasion d'un déplacement en Savoie, le Premier ministre a annoncé des mesures fortes destinées à renforcer la promotion de la destination mais également l'offre touristique française.

touristique et aux événements.

Enfin, une convention culture/tourisme a été signée à l'occasion de ce 2^e CIT. Elle engage ainsi les ministères de la Culture, de l'Europe et des Affaires étrangères et de l'Économie et des Finances dans la mise en œuvre d'une politique touristique culturelle.

INVESTISSEMENT : RENFORCER L'OFFRE PAR LA CONSTRUCTION ET LA RÉHABILITATION

L'investissement touristique représente aujourd'hui environ 12,5 milliards d'euros par an, avec une

Financements

Pour le financement d'importants projets touristiques de territoire, la Caisse des dépôts amplifiera ses interventions en tant qu'investisseur territorial portant son enveloppe de fonds à 500 millions d'euros sur les 5 prochaines années. En renforçant son engagement sur les territoires, elle contribuera à réaliser près de 3,5 milliards d'euros d'investissements en faisant levier sur les autres investisseurs publics et privés. Une dizaine de projets particulièrement structurants ont été identifiés et feront l'objet d'un suivi renforcé.

D'autres dispositifs, proposés par la Caisse des dépôts et BPI France, accompagneront par ailleurs le développement des PME.

Ingénierie touristique et incitation

Afin d'appuyer les montages de projets touristiques, Atout France a été retenue comme interlocuteur privilégié des porteurs de projets dans les territoires. L'Agence les accompagnera ainsi dans la mise en œuvre d'une dizaine de projets structurants par an, avec le soutien de la Caisse des dépôts et la future Agence nationale des territoires.

Elle accompagnera également les territoires en phase d'expérimentation selon deux axes : l'adaptation de l'offre hôtelière et le développement touristique de stations de taille modeste.

Concernant le phénomène des « lits froids-volets clos », certaines modifications de règles, de nature législative et réglementaire, seront par ailleurs étudiées à la lumière des conclusions du rapport.

Pour accompagner ces évolutions, l'État souhaite que soit renforcé le volet investissement des Contrats de destination jusqu'alors plutôt centrés sur la promotion. Il demande aussi à Atout France de déployer un volet régional du *Tableau de bord national des investissements touristiques* permettant une meilleure analyse des dynamiques territoriales et une optimisation des politiques de développement touristique.

Simplification

Le régime des stations classées ainsi que le classement des offices de tourisme vont évoluer afin de rendre les critères plus cohérents vis-à-vis de l'organisation et des missions actuelles des offices tout en intégrant les évolutions de la loi NOTRe.

Afin de favoriser la lisibilité et la montée en gamme des résidences de tourisme, le classement de ces hébergements sera revu.

Enfin, plusieurs mesures favoriseront la mise en accessibilité des plus petits hébergements touristiques. Un MOOC *Accessibilité* sera notamment réalisé par Atout France en 2018. Il s'appuiera sur le cahier des charges qui sera réalisé en 2018 par la Délégation



► Annonces du Premier ministre, Édouard Philippe, suite au Conseil interministériel du tourisme

QUALITÉ DE L'ACCUEIL : DES SERVICES PUBLICS MOBILISÉS

Le Gouvernement a souhaité amplifier l'action des services publics de l'État afin d'assurer aux touristes, en particulier internationaux, une expérience de qualité lors de leurs séjours en France. D'importantes mesures ont ainsi été prises :

La procédure de délivrance des visas en moins de 48 heures a par exemple été adoptée dans 8 pays supplémentaires. Le temps d'attente dans les files aux départs et aux arrivées des aéroports franciliens sera réduit. Un dispositif pérenne de nettoyage des autoroutes A6, A3 et A1 entre les aéroports franciliens et la capitale a par ailleurs été instauré. De plus, une plateforme d'open data des données touristiques institutionnelles (Data Tourisme) a été créée le 12 décembre dernier, permettant l'accès à plus de 56 000 données gratuites relatives aux points d'intérêt

forte disparité entre les régions. Ce niveau reste cependant inférieur à celui de 2010, alors que, dans le même temps, la consommation touristique a progressé de près de 15%.

Levier majeur du renforcement de l'attractivité des destinations et filières, l'investissement constitue une condition obligatoire à l'internationalisation du tourisme français et à la diffusion des flux de visiteurs sur l'ensemble des territoires.

Éric Lombard, directeur général du groupe Caisse des dépôts, Serge Trigano, président fondateur de Mama Shelter et Philippe Augier, maire de Deauville ont élaboré, au terme d'une vingtaine d'auditions, une série de propositions portant sur le soutien à l'investissement touristique. Celles-ci se décomposent en 3 volets : financement, ingénierie-accompagnement et simplification.

POLITIQUE DU TOURISME

ministérielle à l'accessibilité sur la formation et la sensibilisation des professionnels à l'accueil des personnes handicapées.

Le ministère de la Cohésion des territoires engage, en lien avec le ministère de l'Intérieur, une réflexion sur la cohérence des règles de sécurité incendie et d'accessibilité pour une meilleure articulation d'ensemble.

Enfin, l'appel à candidature « Destination pour tous » a été lancé au cours du CIT par la secrétaire d'État en charge des personnes handicapées et la secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances. La marque « Destination pour tous » sera attribuée début 2019 aux territoires et collectivités qui auront montré leur capacité à accueillir les touristes en situation de handicap, mais aussi les personnes à besoins spécifiques de mobilité, et à leur proposer des sites touristiques, des hébergements et des activités adaptés à leurs spécificités.

PROMOTION : UNE MUTUALISATION DES MOYENS POUR UNE PROMOTION RENFORCÉE

En amont du 2^e CIT, avait été remis à Jean-Baptiste Lemoyne, secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, le rapport sur le *Financement de la promotion de la destination France à l'international* confié par Jean-Yves Le Drian, ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, à Jacques Barré, Germain Lelarge et Christian Mantei.

Les 15 propositions détaillées dans le document vont permettre de développer significativement le budget de promotion des destinations françaises.

Ainsi, le modèle adopté en 2017 pour renforcer, grâce au partenariat, le fonds d'urgence alloué par l'État sera reconduit. 10 millions d'euros avaient en effet été exceptionnellement versés par l'État à Atout France pour renforcer les actions de promotion de la destination France auprès des visiteurs internationaux. Atout France avait alors fait appel à ses partenaires afin de cofinancer les actions conjointement définies.



Cette mobilisation avait permis de faire passer le fonds initial de **10 à 19** millions d'euros.

En 2018, ce modèle de cofinancement « État - Régions - Entreprises » est réactivé.

L'État confiera une enveloppe supplémentaire de 6 millions d'euros à Atout France qui, de son côté, a réussi à mobiliser la même somme auprès de ses partenaires. 3 millions issus des recettes perçues au titre des visas émis seront aussi alloués à l'Agence. Au total, le budget dédié à la promotion des destinations françaises et de leurs entreprises bénéficiera de 15 millions d'euros supplémentaires.

1,5 million d'euros sera consacré à la valorisation de la gastronomie (voir page 6).

À partir de 2019, sur la base d'un engagement de l'État de 7 millions d'euros et d'une dynamique forte des partenariats avec les entreprises privées et les collectivités territoriales, une cible de 20M€ est à la portée du secteur du tourisme. Le ministre Jean-Yves

Le Drian et le secrétaire d'État Jean-Baptiste Lemoyne continueront à demeurer mobilisés pour atteindre cet objectif, en vue, à terme, d'une dépense de promotion de 1 euro par touriste étranger.

Atout France, « maison commune du tourisme »

En cohérence avec ce nouvel équilibre entre son action de promotion et ses missions d'ingénierie-accompagnement, la gouvernance de Atout France va évoluer d'ici l'été. Cela se traduira par une implication plus forte des exécutifs territoriaux, notamment régionaux, et celle des acteurs publics et privés qui portent l'investissement, l'innovation ou la création.

En matière de promotion, un comité des partenaires sera créé pour assurer la cohérence des différentes campagnes de promotion et faire profiter Atout France de l'expérience des entreprises privées.

Au final, le Gouvernement réaffirme le positionnement de Atout France comme « maison commune du tourisme », rassemblant l'ensemble des acteurs et démultipliant ainsi l'efficacité de leurs actions.



► Signature du Contrat de destination Biarritz Destination Golf

4 Contrats de destination reconduits

Le 2^e Conseil interministériel du tourisme a été l'occasion de signer la reconduite de 4 Contrats de destination qui arrivaient à échéance. Ainsi, les Contrats *Biarritz, destination golf, Lyon, cité de la gastronomie, le Val de Loire et Bordeaux* ont été renouvelés pour 3 années supplémentaires.

Dans le cadre de l'avenant renouvelant les Contrats, l'accent sera mis sur l'innovation et le numérique ainsi que sur les projets d'investissement structurants en faveur du tourisme. Atout France, co-signataire de chaque Contrat, y prendra toute sa part et poursuivra aussi la promotion de ces destinations, notamment sur le site *France.fr*.

GASTRONOMIE

GOÛT DE/GOOD FRANCE : LA CUISINE FRANÇAISE CÉLÉBRÉE !

Pari tenu pour la 4^e édition de *Goût de/Good France* qui, le 21 mars dernier, a fait de nouveau rayonner la gastronomie française dans 152 pays, sur les 5 continents. L'opération innove en 2018 avec de nouveaux rendez-vous organisés d'ici la fin de l'année...

Au fil des années, l'opération *Goût de/Good France* est devenue un rendez-vous attendu des professionnels comme des amateurs de la table, au point de devenir une date centrale du rayonnement de la gastronomie française à travers le monde. Le 21 mars dernier, cet événement a encore pris de l'ampleur grâce aux 3 300 restaurants qui se sont joints à cette initiative et qui ont servi un dîner « à la française » tandis que des événements festifs étaient organisés aux quatre coins du monde par le réseau diplomatique et Atout France.

Le format de l'opération évolue en 2018 avec 3 trois grandes dates qui rythmeront l'année :

- l'opération *Goût de/Good France* qui a célébré le 21 mars dernier la vitalité de la cuisine française dans 152 pays,
- un forum international de la gastronomie qui se déroulera dans les prochains mois pour faire de Paris la capitale mondiale des débats sur les évolutions des goûts et des modes de consommation en

réunissant tous les acteurs qui comptent de cet univers,

- la « fête de la gastronomie », rebaptisée « *Goût de/Good France* » du 21 au 23 septembre, sera le grand rendez-vous populaire permettant aux professionnels de partager leurs talents, leurs savoir-faire et leurs terroirs (proposant ainsi des banquets, dégustations, pique-niques, ateliers, conférences, etc.).

À terme, en 2019, les 3 opérations seront rassemblées à la fin du printemps.



► Lancement de *Goût de/Good France* le 6 mars dernier au Quai d'Orsay

INTERVIEW

Philippe Faure, ambassadeur de France, président du Conseil d'administration de Atout France, revient pour nous sur les enjeux liés à l'événement et sur l'importance de la gastronomie dans l'attractivité touristique de la destination France.



Quel rôle joue la gastronomie dans la valorisation de la France et de nos territoires à l'international ?

La gastronomie est un élément constitutif de notre ADN. C'est pour cette raison que l'UNESCO a inscrit le « repas gastronomique des Français » sur la liste représentative du patrimoine culturel immatériel de l'Humanité en novembre 2010.

Notre gastronomie est un domaine d'excellence, qui permet le rayonnement de la France à travers le monde. Notre pays est toujours à la pointe au niveau de la diversité de nos talents culinaires (pays le plus « étoilé », de nombreuses écoles de gastronomie, formations de pointe aux métiers de l'artisanat culinaire, « ouvriers de France »).

Comme l'a dit le Président de la République le 27 septembre 2017 devant les grands chefs réunis à

l'Élysée : « la gastronomie est une des voies d'accès à nos terroirs et à leur diversité ». À ce titre, notre pays est également riche de la diversité de ses produits et de ses techniques/savoir-faire. La gastronomie est d'ailleurs intimement liée à l'oénotourisme de nos territoires, une filière plébiscitée.

Quelles seront les spécificités des événements *Goût de/Good France* en 2018 ?

Le Président de la République a présenté le 27 septembre dernier les axes que le Gouvernement entend développer pour mettre la gastronomie au cœur de l'effort de valorisation de la destination France. L'objectif est de mettre encore plus en avant nos chefs, la qualité de nos produits, naturellement les grands établissements, mais également l'ensemble des restaurateurs attachés à nos produits régionaux. Pour la première fois, en 2018, l'État soutiendra ainsi financièrement la gastronomie française à hauteur d'1,5 million d'euros octroyés à Atout France, qui a été chargée de mettre en place un plan d'actions spécifique, principalement orienté vers :

- un soutien renforcé au dîner *Goût de/Good France* du 21 mars dernier ;
- des actions presse autour des événements *Goût de/Good France* et la *Fête de la gastronomie* mais également avec des actions ponctuelles ;
- un volet numérique pour positionner la France comme une référence en matière de gastronomie, principalement sur les réseaux sociaux ;
- la mise en place de concours et initiatives *Goût de France* autour de la gastronomie ;
- l'organisation d'un forum international de la gastronomie à Paris cet automne afin de replacer la capitale au centre de la gastronomie mondiale et de valoriser les territoires français.

Pouvez-vous nous en dire plus sur ce forum international de la gastronomie ?

Lors de l'audience accordée à *La liste 2017* à l'Élysée le 4 décembre dernier, le Président de la République a rappelé son souhait « d'organiser en 2018 un « Davos de la gastronomie » pour faire de Paris la capitale mondiale de la gastronomie ». Le Premier ministre a précisé les moyens alloués à cette opération lors du Conseil interministériel du tourisme le 19 janvier dernier.

Le chef Alain Ducasse et moi-même avons initié, à la suite de l'annonce du Président de la République, et en liaison bien sûr avec les administrations et professionnels concernés, un programme pour cet événement, qui pourrait se tenir en septembre 2018 dans différents lieux emblématiques de Paris. Plusieurs centaines de participants pourraient ainsi être conviés (chefs, journalistes et personnalités de la planète gastronomie). Mais le temps n'est pas encore aux annonces, concentrons-nous sur la préparation de l'événement !

Et ces concours et initiatives « *Goût de France* » ?

Nous travaillons actuellement sur plusieurs projets, qui mettront à l'honneur des produits, ainsi que des recettes du patrimoine français revisitées par des chefs étrangers. Il y aura également la création de Chefs en Résidence. Ces initiatives seront rendues publiques de manière détaillée à l'été.

ÉVÉNEMENTS

1519-2019 : 500^E ANNIVERSAIRE DU DÉCÈS DE LÉONARD DE VINCI ET DE LA RENAISSANCE EN CENTRE-VAL DE LOIRE !

2019 marquera le 500^e anniversaire du décès de Léonard de Vinci au château du Clos Lucé à Amboise, de la pose de la première pierre du Château royal de Chambord et de la naissance de Catherine de Médicis. L'occasion pour la destination Centre-Val de Loire de créer l'événement en proposant une année de célébrations.



La région Centre-Val de Loire, berceau des arts et de l'architecture de la Renaissance en France, souhaite, dans un dialogue entre l'histoire et l'avenir, projeter dans le monde contemporain l'effervescence et l'art de vivre de cette époque.

Le 500^e anniversaire de la Renaissance donnera ainsi lieu à des célébrations tout au long de l'année 2019. L'héritage prestigieux matériel et immatériel de la Renaissance en Centre-Val de Loire, ainsi que les personnages illustres, de Catherine de Médicis au génial Léonard, constitueront les 3 grands thèmes de cette année de célébration : patrimoine et histoire, sciences et techniques, arts et cultures.

Des événements populaires (spectacle numérique itinérant, étape du Tour de France), des ouvertures de nouveaux espaces (au Clos Lucé, au Château d'Anet, au Château de Chambord ou à Chaumont), des expositions exceptionnelles, des colloques scientifiques internationaux, mais aussi des visites et parcours patrimoniaux, seront au rendez-vous. Plus d'une centaine d'initiatives sont d'ores et déjà engagées.

Afin de construire une programmation cohérente sur l'ensemble de la région, le Comité des « 500 ans » a souhaité fédérer ces initiatives sous le label 2019 *Viva da Vinci !*

Celles-ci permettront de :

- créer une dynamique ambitieuse, collective et participative, associant tous les territoires, les habitants et le tissu économique ;
- créer un dialogue entre histoire et avenir, entre l'effervescence de la Renaissance, le génie de Léonard de Vinci et les révolutions actuelles, ou encore les utopies ;
- faire de la région Centre-Val de Loire, de ses

territoires, « La » destination touristique, culturelle, scientifique et patrimoniale ;

- favoriser l'émergence de nouvelles formes artistiques et les rencontres, notamment éducatives, avec les œuvres et les artistes ;
- valoriser et imaginer, par des projets exigeants et éco-responsables, une région attractive, innovante, ouverte ;
- faire de cet événement un levier socioéconomique, impliquer et valoriser les filières, les formations professionnelles et les savoir-faire régionaux.

Une mobilisation forte des acteurs du tourisme dès 2018

L'événement doit naturellement permettre de nourrir et installer une notoriété durable pour la destination Centre-Val de Loire autour de son patrimoine et des valeurs d'innovation et de créativité.

Pour ce faire, le Comité régional du tourisme, Atout France, les collectivités, les agences et comités départementaux, les offices du tourisme, les professionnels se sont associés afin d'élaborer une stratégie de communication coordonnée auprès des touristes potentiels et des prescripteurs (médias, tour-opérateurs, blogueurs) dans les domaines de la culture, du patrimoine, de l'histoire et du tourisme.

Le 2 février dernier, Christian Mantei, directeur général de Atout France, a ainsi rencontré François Bonneau, président de la Région Centre-Val de Loire, afin de déterminer les actions qui permettront de soutenir l'événement.

Les célébrations autour des 500 ans de la Renaissance sont d'ores et déjà fortement valorisées à l'occasion du salon Rendez-vous en France : un éducteur du salon a été spécifiquement organisé sur ce thème en Centre-Val de Loire pour une dizaine de tour-opé-

rateurs ; le point presse dédié à la presse professionnelle internationale a pour thème central ce 500^e anniversaire ; enfin, un coup de projecteur est mis sur l'événement à l'occasion de la soirée France du salon organisée à la Seine Musicale.

Atout France déploiera tout au long de l'année un plan d'actions visant à renforcer la notoriété de la manifestation sur les marchés européens et quelques marchés lointains. Une forte visibilité sur le site *France.fr*, des accueils de presse, des éducteurs ainsi que la valorisation des « 500 ans » lors de certaines manifestations à l'international sont d'ores et déjà prévus. Atout France interviendra par ailleurs pour consolider les investissements dans le secteur hôtelier de la destination et lui permettre de gagner en compétitivité.

2019 Viva da Vinci ! : un label pour référencer les projets associés



Le label *Viva da Vinci !* permet de labelliser des projets aux thématiques très diverses organisés dans le cadre des célébrations des 500 ans de la Renaissance. Les acteurs porteurs d'initiatives l'intégreront à tous leurs outils de communication.

OUTRE-MER

ATOUT FRANCE EXPERTISE LE POTENTIEL TOURISTIQUE DES PRINCIPAUX SITES FONCIERS DE GUYANE

L'EPFA de Guyane a sollicité Atout France afin de produire une note d'éclairage permettant de déterminer, parmi 24 secteurs OIN du littoral, ceux dont le potentiel touristique était le plus important.

L'établissement public foncier et d'aménagement de la Guyane (EPFAG) mène pour l'État, les collectivités et leurs établissements publics, des actions dans le domaine du foncier, de l'aménagement urbain et rural et en faveur du développement économique. Son cadre d'intervention a été récemment renforcé par la loi qui lui a confié l'aménagement des principaux pôles urbains de Guyane, classés parmi les Opérations d'intérêt national (OIN) mentionnées dans le code de l'urbanisme.

Les compétences et les métiers de l'EPFAG sont divers, mais l'établissement public a souhaité s'appuyer sur l'expertise de Atout France pour recueillir son avis sur le potentiel des zones aménagées pour l'implantation de nouveaux projets touristiques et a signé une convention cadre avec le GIE dans ce but. La première expertise a porté sur les 24 secteurs OIN répartis sur le littoral guyanais. L'EPFAG a précisément demandé à Atout France de produire une note d'éclairage permettant « de classer par ordre d'importance les secteurs OIN comportant un fort potentiel touristique et/ou pouvant accueillir des projets touristiques d'envergure régionale ».

L'étude a d'abord consisté en un examen détaillé de l'offre touristique comportant des perspectives de développement en Guyane, et de la demande, plus spécifiquement des besoins exprimés par les clientèles dans les enquêtes récemment menées par le Comité du tourisme de la Guyane. Les équipes de Atout France ont ensuite procédé à un recensement des projets existants, étudié les orientations précises du SRDTL (schéma régional de développement du tourisme et des loisirs), les caractéristiques physiques, paysagères et foncières ainsi que la zone de chalandise de chaque secteur OIN. Cette analyse a permis d'établir les critères de classement et de dresser la liste des secteurs les plus favorables au développement touristique. Les 12 premiers secteurs ont fait l'objet d'un argumentaire précisant le type de projets pouvant s'y implanter.

L'idée de partir des réserves foncières aménagées et viabilisées par l'EPFAG (et donc constructibles à court terme) pour réfléchir, très en amont, aux investissements touristiques qui y sont possibles, souhaitables, faisables, constitue une démarche particulièrement innovante, surtout sur un tel périmètre : 24 secteurs OIN sur près de 6 000 hectares.

Une précédente étude de Atout France, réalisée dans le cadre du Contrat de destination « Guyane-Amazonie.fr » pour le compte de la Collectivité territoriale de Guyane et la Direction générale des Entreprises (ministère de l'Économie et des Finances), avait montré que le manque de maîtrise du foncier et des droits à construire était un des principaux freins au développement touristique en Guyane. On comprend mieux, dès lors, l'intérêt de la

démarche initiée par l'EPFAG et la pertinence de sa collaboration avec Atout France pour trouver rapidement des solutions afin de stimuler l'investissement touristique, tant des entrepreneurs locaux que d'investisseurs extérieurs pouvant s'intéresser à une destination à fort potentiel, mais encore en devenir.

La collaboration entre l'EPFAG et Atout France va se poursuivre dans les années à venir, sous forme d'appels à projets pour certaines zones d'aména-

gement ou en reprenant contact avec des entreprises qui avaient dû différer leurs projets, faute de foncier constructible.

La démarche ainsi conduite en Guyane pourrait en inspirer d'autres pour stimuler l'investissement touristique qui a été érigé en priorité lors du Conseil interministériel du tourisme du 19 janvier dernier.



PROMOTION : L'ITALIE, UN MARCHÉ PRÉDOMINANT POUR LES DESTINATIONS D'OUTRE-MER

Malgré de légères baisses de fréquentation, l'Italie reste un marché européen prédominant pour les destinations françaises d'outre-mer : pour la Polynésie française il représentait 7 339 visiteurs de janvier à octobre 2017*, pour la Nouvelle-Calédonie 1 045 visiteurs en 2016* et pour les Îles de Guadeloupe 5 120 visiteurs en 2015*.

L'étude dédiée à la notoriété des destinations outre-mer et à leur distribution par les professionnels italiens prévoyait une croissance des demandes pour la Polynésie française et les Caraïbes pour 2017. Cette étude a également confirmé le déficit de notoriété des destinations françaises d'outre-mer et les opportunités à saisir par rapport à la concurrence sur des séjours bien-être, luxe, nature au cœur de paysages d'exception, croisière et voyages de noce.

Afin d'améliorer la connaissance des territoires ultramarins et de leurs offres à forte valeur ajoutée, le Cluster Tourisme des Outre-mer de Atout France organise le 15 mai des formations par océan en collaboration avec 3 tour-opérateurs. 75 agents de voyage italiens seront ainsi formés.

Cette initiative sera renforcée par la promotion du module de formation outre-mer sur francexpert.it qui comptabilise à ce jour 270 agents de voyages certifiés outre-mer.

En complément, le Cluster positionnera les destinations sur le haut de gamme avec l'organisation d'une soirée événementielle BtoB, en octobre à Milan, à laquelle seront invités une trentaine de journalistes et une trentaine de professionnels et influenceurs qualifiés touchant des cibles à fort pouvoir d'achat.

*Sources : IPF ; ISEE ; Observatoire Régional du Tourisme des Îles de Guadeloupe ; Etude sur la notoriété des destinations françaises d'outre-mer menée entre octobre et décembre 2016 par l'institut d'étude Doxa pour le Cluster Tourisme des outre-mer.

MONTAGNE

RENCONTRES DE GRAND SKI 2018 : FOCUS SUR LES CLIENTÈLES BRITANNIQUES ET CHINOISES

Le 22 janvier dernier, la veille du salon Grand Ski, se sont tenues à Chambéry les Rencontres de Grand Ski. Cette année Atout France et ses partenaires ont choisi de faire un focus sur 2 clientèles internationales : les Britanniques, clientèle historique et majeure pour la montagne française l'hiver et les Chinois, une clientèle en devenir.

En ouverture de cette journée, Anne Coutière, sous-directeur Observation et Veille de Atout France, a présenté en avant-première quelques résultats de l'étude réalisée fin 2017 par IPSOS pour Atout France : *Esprit Millennials : l'attractivité internationale de la France auprès des jeunes âgés de 18 à 35 ans*. Les résultats s'avèrent très encourageants pour le renouvellement de la clientèle puisque la France représente une destination attractive concernant les activités montagne pour 1 Millennial sur 2. La beauté des lieux et des sites constitue le premier motif de choix d'une destination, l'authenticité et le dépaysement des offres doivent cependant être au rendez-vous.

La première table ronde de cette journée était consacrée au marché britannique, première clientèle internationale de la montagne française. Les intervenants ont rappelé qu'il s'agissait d'un marché mature, exigeant et fondamental pour le marché du ski français. Concernant le Brexit, la situation est encore incertaine, aussi bien pour les stations que pour les tour-opérateurs et les compagnies aériennes. Les intervenants ont insisté sur le fait que les « catered chalets », dont le personnel est principalement britannique, seraient indéniablement les plus affectés. La hausse des charges (notamment liées à la fin du travail détaché) sera incontournable pour ce type de produit et se traduira in fine par une hausse des prix pour les clients. Néanmoins, des phénomènes d'adaptation sont d'ores et déjà observés du côté de la clientèle britannique (séjours plus courts, dépenses plus faibles, etc.) et du côté des professionnels du tourisme. Une chose est claire, la perspective d'un « hard Brexit » impacterait négativement aussi bien l'offre que la demande.

Dédiée au marché chinois, la seconde table ronde a insisté sur l'importance de l'export du savoir-faire

français en Chine et la nécessité de mutualiser les efforts ainsi que les compétences en matière d'ingénierie et de marketing. Il y a été souligné les opportunités de développement que représente la clientèle chinoise pour l'avenir de la montagne en hiver et également en été.

Trois défis sont à relever : rassurer, adapter notre offre à un public encore non skieur et raconter une histoire (écrire la légende de la montagne française pour les Chinois). Tous les acteurs présents ont insisté sur la nécessité, outre le référencement par les tour-opérateurs, de travailler collectivement l'image et la notoriété de nos destinations, en utilisant en parti-

culier les réseaux sociaux et en capitalisant sur le boom du tourisme en ligne.

Retrouvez en vidéo les principales séquences de ces Rencontres :

<http://atout-france.fr/rendez-vous/les-rencontres-de-grand-ski-2018>

Pour toutes informations complémentaires :
jean.berthier@atout-france.fr



► Table-ronde sur les clientèles chinoises des stations de montagne



ATOOUT FRANCE, PARTENAIRE DU CINQUANTENAIRE DES JO DE GRENOBLE

La ville de Grenoble fête les 50 ans des Jeux Olympiques qui se sont déroulés en 1968. Février a marqué le temps fort des festivités qui s'étendent d'octobre 2017 à juin 2018.

Les Jeux Olympiques de 1968 ont été un véritable booster du développement de Grenoble et de l'Isère. Sur le plan de l'aménagement du territoire, de nombreux équipements ont vu le jour, sportifs, bien sûr, mais aussi en termes d'infrastructures d'accès (routes, portions d'autoroutes, aéroport, etc.).

Le 50^e anniversaire des Jeux Olympiques est une occasion unique de rendre hommage aux transformations de Grenoble avec de grands événements fédérateurs organisés autour des lieux emblématiques des Jeux de 1968.

La journée anniversaire du 6 février, moment central des festivités, a ainsi mis à l'honneur l'héritage olympique autour d'un « parcours lumineux » reliant

le Village olympique au Parc Paul Mistral suivi d'un grand spectacle son et lumière à l'Anneau de Vitesse. À travers de nombreuses expositions, projections et conférences, encore à venir, chacun pourra s'intéresser, se renseigner, découvrir ou redécouvrir les Jeux et leur impact sur le territoire. Une place particulière est consacrée à la mise en lumière des « acteurs » des Jeux, aux Grenoblois et aux habitants du territoire qui ont, il y a un demi-siècle, participé à l'organisation de cet événement planétaire.

FORMATION

MOOC ACCUEIL FRANCE : QUOI DE NEUF EN 2018 ?

Plus de 3 000 apprenants ont suivi les différents programmes du MOOC Accueil France ! En 2018, Atout France propose aux collaborateurs de la branche tourisme une formule de formation incluant MOOC Accueil France Europe + webinars avec les équipes Atout France de chacun des 6 marchés concernés.

Le MOOC Accueil France, premier MOOC professionnel dédié au développement collectif pour l'accueil des touristes internationaux, permet de mieux décrypter les attentes des clientèles, d'adapter l'offre et d'enrichir la qualité de service. Cette initiative, lancée début 2016 par Atout France en partenariat avec Tourism Academy dans le cadre des travaux du Conseil de promotion du tourisme, répond à un des 6 domaines prioritaires de la feuille de route du Gouvernement en matière touristique : améliorer l'accueil des visiteurs.



3 DISPOSITIFS ACCESSIBLES EN 2018 :

- **Le MOOC Accueil France Europe** ou comment mieux accueillir les clientèles britannique, allemande, belge, néerlandaise, espagnole et italienne ?

- **Le MOOC Accueil France Long Courrier** ou comment mieux accueillir les clientèles indienne et chinoise ?

Les pratiques, comportements et attentes de ces 8 clientèles sont passés en revue et pour chacune, un décryptage et des conseils sont présentés en 15 chapitres :

- 1• Mieux connaître le pays
- 2• Portrait d'habitants
- 3• Typique !
4. La conjoncture économique et touristique
- 5• Les vacances à l'étranger
- 6• La préparation du voyage
- 7• Les voyageurs et le digital
- 8• Le comportement en vacances
- 9• Les habitudes alimentaires
- 10• Les règles de l'accueil
- 11• L'esprit du pays
- 12• Travailler avec les professionnels
- 13• Ils aiment en France
- 14• Ils aiment moins en France
- 15• Bonus, les mots de l'accueil

- **Le MOOC Accueil France Restaurant** reprend les chapitres dédiés aux habitudes alimentaires, aux règles et aux mots de l'accueil des huit clientèles précédemment citées.

NOUVEAUTÉ :

MOOC ACCUEIL FRANCE EUROPE + WEBINARS

Depuis le 12 mars et jusqu'à fin juin, une édition spéciale du MOOC Accueil France Europe + webinars réservée aux collaborateurs de la branche tourisme (offices de tourisme, comités départementaux et régionaux de tourisme) est disponible. Elle permet de bénéficier d'une formation en ligne ET en réseau unique en France.

Proposée par Offices de Tourisme de France en partenariat avec Atout France et Tourism Academy, cette édition combine un accès individuel au MOOC Accueil France Europe et des webinars avec les équipes Atout France de chacun des 6 marchés concernés : britannique, allemand, belge, néerlandais, espagnol et italien. Ces derniers, organisés en direct en mai et juin, permettront de faire le point sur l'actualité des 6 pays mais également de poser toutes les questions relatives aux attentes des clientèles pour améliorer son activité sur ces marchés.

Cette formule permet à la communauté des salariés de la branche tourisme, fédérée et animée à l'échelle nationale en liaison avec les relais territoriaux volontaires, de bénéficier des apports pédagogiques de haut niveau du MOOC, et en réseau à titre personnel, pour mieux être en capacité de les intégrer aux stratégies de montée en compétence organisées sur les territoires par les organismes de tourisme.

Pour en savoir plus :

Inscriptions (jusqu'au 31 mai 2018) et conditions de financement : Mathieu Daubon - Offices de Tourisme de France : mathieu.daubon@tourisme.fr



AGENCES DE VOYAGES : UNE ÉDITION SPÉCIALE DU MOOC + BONUS CHINE ET INDE

Une 2^e session réservée aux agences de voyages est ouverte depuis le 5 mars. Elle est proposée par TravelPro formations by APST et EDV, en partenariat avec Atout France et Tourism Academy.

Si bien connaître les clientèles est essentiel pour les agents de voyages afin d'améliorer la qualité de leur service et leurs conseils, cela leur permet également de fidéliser leurs clients français voyageant en Europe. En 2018, TravelPro formations by APST et EDV propose cette formation en ligne ET en réseau aux professionnels du voyage. Atout France et Tourism Academy offrent aux inscrits en bonus l'accès aux modules Chine et Inde du MOOC Accueil France.



Pour renforcer le déploiement de cette opération, l'OPCA Transports et Services prend en charge les coûts pédagogiques de l'inscription des salariés des agences de voyages et de tourisme selon les modalités suivantes :

- prise en charge intégrale pour les entreprises de moins de 11 salariés ;
- dans la limite d'un plafond de 1 000 € par an pour les entreprises de 11 à 49 salariés ;
- dans la limite d'un plafond de 2 000 € par an pour les entreprises de 50 à 299 salariés.

Inscriptions sur :

www.travelproformations.fr/accueil-travelpro.html
Contact Atout France : Isabelle Chevassut
formations@atout-france.fr

ÉQUIPEMENTS

LE MARCHÉ DES PARCS DE LOISIRS ANALYSÉ PAR ATOUT FRANCE ET LE SNELAC DANS UNE NOUVELLE ÉTUDE

Atout France et le SNELAC se sont penchés sur la dynamique en faveur des parcs de loisirs ces dernières années et dressent, dans une nouvelle étude, les enjeux à venir pour le marché français.

Le secteur des parcs et espaces de loisirs connaît une dynamique de croissance ininterrompue depuis plus de 20 ans en France et dans le monde. Ce développement s'observe à divers titres et ce, quel que soit le type de parc : attractions, à thème, animaliers, sites culturels ou naturels.

En effet, les investissements réalisés par les propriétaires se maintiennent à un niveau élevé, autour de 300 à 400 millions d'euros par an, soit autant que dans l'hôtellerie de plein air (360 M€ en 2016) et plus que dans les remontées mécaniques (303 M€ en 2016).

La créativité du secteur s'exprime par l'apparition de nouveaux concepts, plus hybrides, et la diffusion d'un modèle économique combinant billetterie, restauration, animations, boutiques, et produits dérivés avec d'autres univers comme les sites culturels ou patrimoniaux.

L'excellence des savoir-faire français se traduit par de nombreuses reconnaissances internationales (le Puy du Fou a notamment été déclaré meilleur parc d'attractions du monde en 2015 au salon mondial du secteur) et l'ingénierie française connaît ainsi une exportation croissante : musée Grévin à Prague, Séoul et Montréal, Spirouland à Bruxelles, Sindibad by Walibi à Casablanca, projets du Puy du Fou en Espagne et en Chine, etc.

Aujourd'hui, le marché français des parcs et espaces de loisirs démontre une certaine maturité, le maillage du territoire étant largement réalisé. S'il existe toujours des grands projets impliquant acteurs publics et privés, ce sont plutôt les sites existants et les projets d'envergure régionale ou même de proximité qui dynamisent le secteur. La « ressortisation », ou

le développement d'hébergements et de services complémentaires au cœur des parcs, constitue par ailleurs une tendance forte identifiée depuis quelques années (Beauval, Puy du Fou, Sainte-Croix, Nigloland, etc.).

Mais au-delà de cette tendance qui marque surtout les parcs ayant acquis une certaine ampleur, l'étude de Atout France à paraître très prochainement montre en quoi et comment l'univers des parcs de loisirs va devoir s'adapter à différentes forces et tendances qui marquent nos sociétés : réchauffement climatique, vieillissement de la population, prise en compte des *Millennials*, développement du numérique, attentes en matière de sécurité, de qualité d'expérience et d'émotions proposées. Cette étude rappelle également les bases de la méthodologie de projet et se projette dans les tendances clés du secteur dans les années à venir.

En effet, comme le rappelle le sociologue Jean-Didier Urbain, *les vacances seront de plus en plus des sortes d'espace-temps de thérapie où l'on se soignera de toutes les blessures de la civilisation urbaine. Ce sera aussi la possibilité de retisser des liens amicaux, familiaux ou amoureux que l'on a du mal à maintenir ou à entretenir dans une société de plus en plus urbanisée.*

Destinations offrant une palette d'expériences multigénérationnelles et proposant des « architectures de réconfort », les parcs de loisirs ont, de ce point de vue, encore un bel avenir.

Encore faut-il qu'ils continuent à innover pour se différencier des loisirs à domicile et accueillir des flux significatifs en conjuguant plaisir et sécurité.

ATOUT FRANCE, UN APPUI DE PROXIMITÉ AUX PROJETS D'INVESTISSEMENTS EN MÉDITERRANÉE

Atout France célèbre cette année les 10 ans de sa Délégation Méditerranée. Un ancrage qui a permis d'appuyer le développement de nombreuses filières mais également d'accompagner le développement des destinations locales.

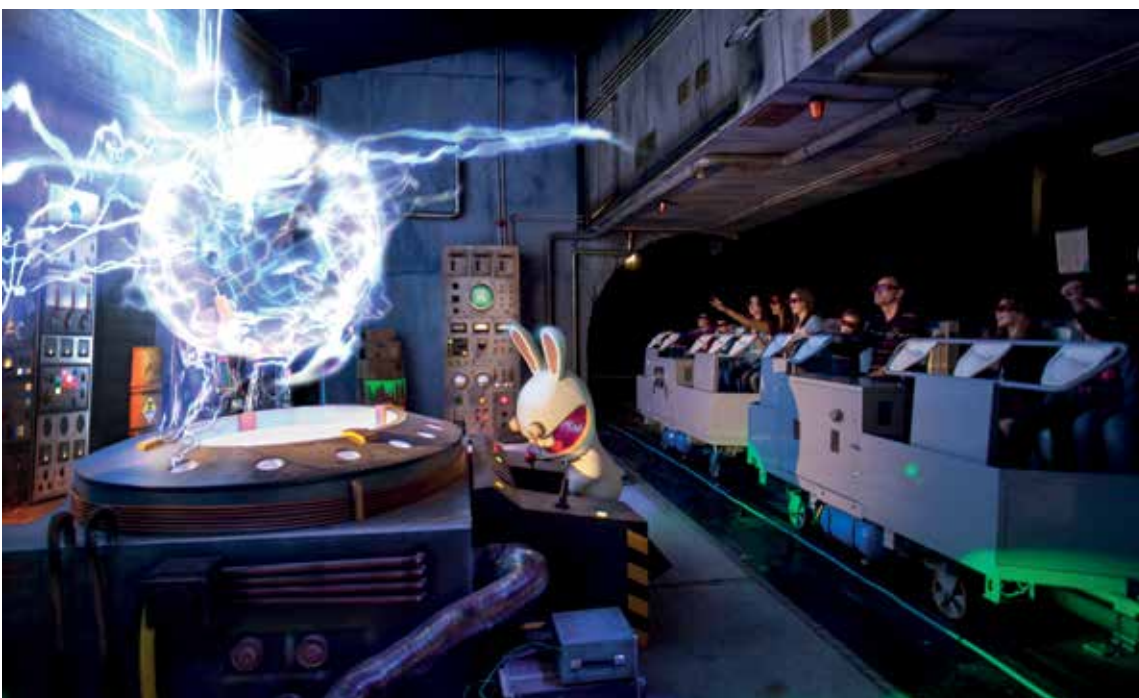
L'équipe ingénierie de Atout France basée à Marseille s'est dans un premier temps constituée via un partenariat solide avec la chambre de commerce et d'industrie de Marseille Provence à l'occasion de l'événement *Marseille Provence, capitale européenne de la Culture*.

Cet ancrage territorial de proximité a permis d'appuyer le développement de nombreuses filières prioritaires (tourisme et cinéma, croisière, yachting, tourisme d'affaires, grands équipements, grands événements, etc.) et d'initier dès 2009, en partenariat étroit avec la chambre de commerce et la Région, une déclinaison régionale du *Tableau de bord national des investissements touristiques*.

Autre apport significatif, un accompagnement au plus près permettant d'accélérer la concrétisation des investissements et l'internationalisation des destinations. Ces accompagnements ont pu se faire soit de manière ponctuelle avec des collectivités (Font-Romeu, Aubagne, Torreilles, Montségur, Vence, Le Cannet Côte d'Azur, Castries ou Saint-Tropez, etc.), soit dans le cadre de partenariats pluriannuels en ingénierie avec les régions Languedoc-Roussillon et PACA ainsi qu'avec les départements de l'Ardèche, de l'Hérault ou de l'Aude.

À noter également, un partenariat renforcé avec la Caisse des dépôts qui a permis le développement de nombreux projets d'hébergement touristique, dont l'ouverture à la Belle de Mai à Marseille du premier village club urbain par Villages Club du Soleil.

Le nouveau dispositif d'accompagnement ingénierie qui va être mis en place par Atout France suite au Conseil interministériel du tourisme du 19 janvier devrait donner encore plus de puissance aux partenariats déjà créés depuis 10 ans et faciliter le déploiement des différents Contrats de destination dont bénéficient les territoires méditerranéens.



► Parc du Futuroscope, Poitiers



► Le 1^{er} Village Club du Soleil urbain ouvrira à Marseille fin avril

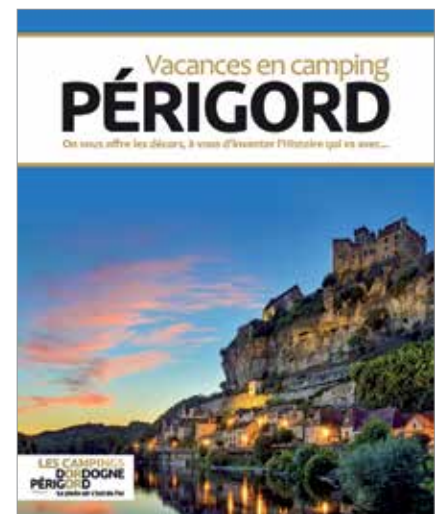
PROMOTION

DORDOGNE PÉRIGORD, UNE DESTINATION RICHE ET PLURIELLE

Ce printemps, le Comité départemental de Dordogne souhaite intensifier sa communication sur le marché français et confie à Atout France la mise en place de son plan médias.

En avril et mai, la destination Dordogne Périgord valorisera son offre dans les salles de cinéma de Nouvelle-Aquitaine et Occitanie en partenariat avec la Semitour, organisme qui gère 15 sites touristiques sur le territoire dont Lascaux, les jardins d'Eyrignac, le château de Biron, etc. Le Comité départemental de Dordogne a ainsi conçu un clip vantant les richesses de la destination : un patrimoine historique et culturel unique, les plus beaux villages de France, ses sites préhistoriques de renommée internationale, ses châteaux et jardins remarquables, sans oublier la gastronomie et les producteurs locaux. Diffusé dans 93 cinémas (577

salles), le clip devrait être vu par 920 000 spectateurs, cibles urbaines, jeunes et CSP + en particulier. En complément, le Comité départemental de Dordogne mettra en avant son offre camping, en partenariat avec le Syndicat de l'hôtellerie de plein air de la Dordogne. En effet, un supplément 4 pages dédié à ce mode d'hébergement sera encarté dans le magazine *Télé Loisirs* diffusé dans les régions Hauts-de-France et Bretagne. Il mettra en avant des vacances en pleine nature, en famille, combinées à de nombreuses activités possibles (accrobranche, escalade, randonnée, VTT, etc.). Au total, plus de 119 000 exemplaires seront diffusés.



► Supplément 4 pages encarté dans *Télé Loisirs*

CULTURE : INAUGURATION DE *France eMotion*

Le 5 mars dernier, a été lancé à la Conciergerie à Paris, *France eMotion – Le voyage animé*, le nouveau projet artistique conçu par Atout France, en collaboration avec l'Institut français. L'exposition parcourra le monde jusqu'en 2020 afin de valoriser 35 sites du patrimoine français à l'international.



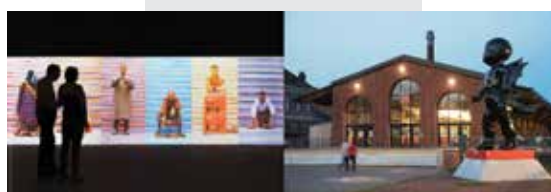
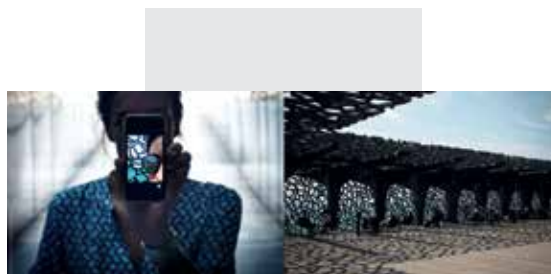
Suite au succès du projet *ImagineFrance* initié en 2014, le Cluster Tourisme et Culture de Atout France, en partenariat avec l'Institut français, a inauguré un nouveau projet photo numérique baptisé *France eMotion, le voyage animé*. Son vernissage a eu lieu le 5 mars dernier à la Conciergerie à Paris et a réuni journalistes et acteurs du projet (artistes, représentants des sites culturels, etc.).

Pour *France eMotion*, 4 photographes internationaux (bénéinois, brésilien, américain et espagnol) ont chacun couvert une partie du territoire immortalisant ainsi 35 sites culturels.

Pour donner vie à ces prises de vue, les artistes graphistes français, Julie Chheng et Thomas Pons sont ensuite venus apporter une dimension numérique au projet via la création d'un personnage animé prenant vie grâce à une application de réalité augmentée originale.

France eMotion est donc une expérience artistique inédite, à la croisée de la photographie et de l'animation numérique, qui plongera les spectateurs dans un voyage surprenant, les invitant à découvrir ou redécouvrir la formidable richesse du patrimoine français.

Durant les 3 prochaines années, le projet sera déployé sous forme d'expositions internationales, notamment aux États-Unis, au Brésil, en Espagne et en Italie. Il sera décliné à travers les photos en réalité augmentée et des vidéos annexes qui viendront alimenter les réseaux sociaux afin de promouvoir les sites culturels avec dynamisme, humour et modernité.



CORSE, UNE BONNE RAISON D'Y ALLER

L'Agence du tourisme de la Corse fait appel à Atout France pour mener à bien un plan d'actions sur une dizaine de marchés européens.

Tout au long de l'année, la visibilité de la Corse sera renforcée grâce à un ensemble d'actions promotionnelles online, associées à des achats d'espaces, ainsi que des actions offline sur de nombreux supports.

Parmi les marchés ciblés : la France, l'Italie, l'Allemagne, la Belgique, le Luxembourg, la Suisse ou la Grande-Bretagne. Sur le marché français, un focus particulier sera effectué sur Facebook afin de booster la notoriété et la visibilité de la destination selon un calendrier de temps forts déterminés.

Une première médiatisation a par exemple eu lieu lors de la Saint-Valentin. Les internautes ont été ainsi incités à liker un post permettant de gagner un aller-retour pour 2 personnes. L'offre de Air Corsica était par ce biais également mise en avant. D'autres « pushes » sur Facebook auront ainsi lieu au cours de l'année.



PROMOTION

LES NOUVELLES DESTINATIONS EDEN VALORISÉES EN EUROPE

Les 4 nouvelles destinations françaises du réseau EDEN, récompensées pour la valorisation touristique de leur offre culturelle le 8 décembre dernier, sont à l'honneur sur les marchés espagnol, belge - luxembourgeois et anglais.

La richesse de notre offre culturelle, très prisée par les touristes européens et internationaux, se dévoile avec 4 nouvelles destinations distinguées lors du concours EDEN 2017 (European Destinations of Excellence) dont le thème était le tourisme culturel. Le lauréat, le Centre historique minier de Lewarde (59), et les 3 « coups de cœur » du jury, la destination des Combrailles et son volcan de Lemptégy (63), les Ogres du Luberon (84) et la ville d'art et d'histoire de Moulins (03) invitent les touristes à sortir des sentiers battus pour découvrir leur patrimoine culturel inestimable ou leurs sites naturels originaux. Ces 4 destinations ont fait l'objet d'une valorisation par Atout France sur 4 marchés.

→ Espagne

En Espagne, Atout France a choisi de mettre l'accent sur le Centre historique minier (Nord-Pas de Calais), via *France.fr*. Un ancien mineur y témoigne de sa vie d'autrefois au fond de la mine. Le Centre minier est le plus important musée de la mine en France : il retrace 3 siècles d'activités minières et présente 7 expositions.

Apprendre en s'amusant ! Les enfants partent en exploration et mènent l'enquête... 2 histoires sont prévues en fonction de leur âge et des ateliers artistiques et scientifiques sont organisés.

Et en famille ! La visite Explora'mine permet aux enfants et aux adultes de se mettre dans la peau d'une famille de mineurs du début du 20^e siècle.

L'article recommande aussi les nombreuses visites culturelles et patrimoniales à proximité comme le musée du Louvre-Lens, le musée des beaux-arts d'Arras, celui de la Chartreuse de Douai qui présente une collection de peintures de l'École du Nord, de peinture italienne et de sculptures, les Beffrois de Béthune et de Douai, le monument canadien de Vimy, Mémorial de la première Guerre Mondiale mais aussi Labanque, ancienne Banque de France réhabilitée en lieu d'art contemporain.



El Centro Histórico Minero de Lewarde, premio EDEN 2017

La newsletter diffusée par Atout France auprès de son lectorat espagnol présente également les Ogres du Luberon (Vaucluse) qui comprennent plusieurs sites comme le sentier des ogres, le conservatoire des ogres et de la couleur, le Colorado provençal, les mines de Bruoux.

Cette étendue géologique a donné naissance à un paysage pictural internationalement reconnu et invite à un voyage au pays des couleurs. Le Massif des ogres du Luberon offre un spectacle aux couleurs flamboyantes. De nombreux villages et hameaux entourés de vignes ou de champs de lavande complètent le décor.

Au cœur du Parc régional, le Pays d'Apt Luberon permet de parcourir les multiples sentiers balisés, d'apprécier la diversité des paysages, de visiter le patrimoine et les villages perchés si pittoresques qui font le charme du Luberon.



→ Belgique - Luxembourg

En Belgique et au Luxembourg, Atout France a mis en avant sur les réseaux sociaux de langues française et flamande et sur *YouTube*, la destination des Combrailles et son volcan de Lemptégy (Puy-de-Dôme). Véritable petit cône strombolien, dont on peut observer l'intérieur au cours d'une visite inédite, il constitue un site 100 % naturel, unique en Europe. Une mine de connaissances s'ouvre à tous lors d'une visite à pied ou en petit train. Un animateur accompagne les visiteurs dans les entrailles de ce géant à ciel ouvert pour une découverte interactive et ludique. Le site invite petits et grands à percer les secrets de la volcanologie ! Le film dynamique 4D « aux origines » propose une balade aérienne au-dessus de la Chaîne des Puys qui se transforme en un formidable voyage au temps des éruptions.



→ Grande-Bretagne

Atout France au Royaume-Uni a fait un focus sur la ville de Moulins (Allier), ville au patrimoine exceptionnel encore méconnu et labellisée Ville d'art et d'histoire depuis 1987. Via ses réseaux sociaux, Atout France a notamment valorisé le projet Street Art City installé à Lurcy-Lévis, commune limitrophe. Unique en son genre, il propose 22 000 m² de murs intérieurs et extérieurs aux plus grandes stars internationales du graffiti. L'émergence de ces nouvelles offres est venue positionner Moulins comme une destination européenne de tourisme urbain et de city break en séjour ou en excursion. Traversés par les âges, Moulins et ses environs offrent un témoignage de plusieurs siècles de l'histoire de France, des Ducs de Bourbon (XIV^e siècle) à nos jours. Des visites de demeures exceptionnelles sont proposées, comme celles du musée Mantin, du Centre national du costume de scène (Cncs), du musée de l'illustration jeunesse ou encore du musée de la Visitation ; à lui seul, le triptyque du Maître de Moulins, abrité dans la cathédrale, vaut le déplacement.



PROMOTION DES FILIÈRES

TOURISME D'AFFAIRES EN 2018, FRANCE MEETING HUB DEVIENT FRANCE MEETING EVENT !

Le Cluster Tourisme d'affaires propose un nouveau format de son opération phare afin de faire vivre à la cible MICE internationale haut de gamme une expérience exclusive autour d'un événement français de renom.

Ainsi, en septembre prochain, le programme s'articulera autour de la célèbre régate en Méditerranée, les Voiles de Saint-Tropez. L'occasion de partager un moment de networking inédit entre une quarantaine de partenaires français et 40 décideurs internationaux triés sur le volet.

Du 29 septembre au 1^{er} octobre, les participants se rencontreront lors de rendez-vous de travail à l'hôtel de Paris, dîneront dans les sites mythiques (Hôtel Byblos by Ducasse, Caves du Roy, Château de la Messardière), découvriront des lieux insolites avec les meilleurs experts locaux et surtout, suivront en mer les magnifiques voiliers de la célèbre course.

En coordination avec Saint-Tropez Tourisme, le Cluster est à votre disposition pour toute information sur cet événement :

clemence.baret@atout-france.fr
emmanuelle.gilardi@atout-france.fr



BIEN-ÊTRE DESTINATION BIEN-ÊTRE, LE NOUVEAU MAGAZINE

Dans le cadre de sa stratégie de rajeunissement de ses cibles, le Cluster Tourisme et Bien-être se dote d'un nouvel outil : le magazine *Destination Bien-être*. En janvier, 7 000 exemplaires encartés dans les magazines *Gaël*, *Fair* et *Femmes d'aujourd'hui* ont été diffusés sur le marché belge, associés également à leur diffusion digitale. Le magazine a aussi été distribué sur le salon des Thermalies en février et sera diffusé en Suisse dans le TGV Lyria.

Les objectifs de ce « consumer mag » sont de positionner la France comme une destination bien-être incontournable en s'adressant à de nouvelles cibles plus jeunes et en montrant une facette plus dynamique et moderne des soins plaçant le bien-être comme un loisir. Il s'agit aussi de faire découvrir les centres de bien-être avec « Un tour de France des nouveautés wellness et beauté ».



LITTORAL IMAGINE FRANCE BY THE SEA À LONDRES

Le Cluster Littoral investit le marché anglais en s'invitant à la semaine française installée au Carousel à Londres dans le cadre de la campagne #Feel (cf page 19). Du 26 février au 5 mars, les œuvres produites par Maia Flore pour l'exposition *Imagine France by the Sea* ont ainsi été exposées dans ce lieu central et passant de Londres. Le 5 mars, un dîner a permis à 8 représentants des stations littorales de présenter, aux 30 influenceurs présents, une autre vision des côtes françaises, axée sur l'art de vivre, la gastronomie ou encore le patrimoine. La clientèle britannique est une cible prioritaire pour le Cluster et cette opération devrait permettre de contribuer à un de ses objectifs : sortir de l'image du tout balnéaire et favoriser la fréquentation avant et après-saison en mettant en valeur le dynamisme des destinations à ces périodes.



TOURISME EN VILLE LANCEMENT DE TOP FRENCH CITIES SUR FRANCE.FR

Pour accompagner le lancement de l'espace *Top French Cities* sur *France.fr*, le Cluster Tourisme en ville déploie une stratégie de diffusion de contenus sur le web et les réseaux sociaux à destination des clientèles britannique, allemande, espagnole et néerlandaise. Sur chaque marché, un planning éditorial varié, tant en termes de types de contenus (textes, images, vidéos) que de sujets, est élaboré sur l'année. La visibilité de chaque post Facebook sera renforcée par des achats médias. En outre, des contributions d'influenceurs, accueillis dans les villes membres du Cluster, compléteront les contenus existants sur le site et participeront ainsi à l'animation de la prise de parole sur les réseaux sociaux. En Grande-Bretagne, en Allemagne et aux Pays-Bas, cette communication sera parfaitement intégrée et coordonnée à la stratégie #Feel et aux marques mondiales de destination.



TOURISME ET SPIRITUALITÉ LE CLUSTER EN DÉMARCHAGE EN ALLEMAGNE

Du 5 au 7 février, 7 partenaires du Cluster Tourisme et Spiritualité de Atout France ont sillonné le sud de l'Allemagne à bord d'un bus conférence, pour démarcher des tour-opérateurs et des agences réceptives. Au rendez-vous, les Offices de Tourisme Vallée de la Dordogne, de Tours, d'Ars, de Lourdes, le Comfort Hôtel de Paray-le-Monial et les agences réceptives *Transglobe* et *BLB Tourisme*. L'itinérance de cette action, 1^{re} expérience pour le Cluster, s'est avérée nécessaire compte tenu de la décentralisation des professionnels sur place. Les participants ont pu ainsi rencontrer 16 professionnels, acteurs clés sur le marché. L'Allemagne constitue un marché majeur pour le Cluster. Le taux d'intermédiation avec les agences de voyages traditionnelles se situe entre 30 et 40%, une démarche comme celle-ci constitue donc un fort levier de développement.



ŒNOTOURISME PARTENARIAT AVEC BUSINESS FRANCE EN ALLEMAGNE

En ce début d'année 2018, le Cluster Œnotourisme de Atout France innove en établissant une coopération avec Business France sur le marché allemand. La démarche poursuit le double objectif d'augmenter la notoriété des vignobles français en tant que destination et de soutenir la vente des vins français sur ce marché.

Ainsi, 100 cavistes indépendants organisent, ce printemps, au cœur des points de ventes, un jeu-concours permettant de gagner une sélection de séjours œnotouristiques en France. Accompagnée d'un plan médias spécifique, cette opération conjointe permettra d'animer les réseaux de cavistes allemands et d'enrichir les argumentaires de ventes de vin tout en touchant un large public d'amateurs de vins susceptibles de séjourner en France.

Afin de donner du corps à cette démarche, un supplément *Œnotourisme en France*, réalisé en partenariat avec le magazine *Feinschmecker*, (la référence en matière de gastronomie sur le marché allemand), sera distribué aux participants.



On estime à **13 millions** le nombre d'Allemands intéressés par l'œnotourisme.

(Source : Deutsches Weininstitut)

MARCHÉ MATURE

LA DESTINATION FRANCE EN BONNE PLACE SUR LE MARCHÉ ITALIEN

UNE ÉCONOMIE ITALIENNE DANS UNE SPIRALE VERTUEUSE

L'économie italienne affiche une croissance économique de +1,5% et un taux de chômage au plus bas. La nette reprise de la consommation interne et le rebond des investissements des entreprises permettent à l'Italie d'aborder l'année 2018 avec confiance. Le solde de sa balance commerciale a atteint le chiffre record de 51,57 milliards d'euros, soit le 3^e plus fort excédent commercial de la zone euro. Le partenariat entre la France et l'Italie n'a jamais été aussi important, avec des échanges commerciaux qui dépassent les 69 milliards d'euros. La France est le 2^e client et le 2^e fournisseur de l'Italie. L'économie touristique est un vecteur solide des échanges économiques entre les deux pays.

LA DESTINATION FRANCE EN NETTE CROISSANCE

L'Italie constitue le 4^e marché émetteur de touristes vers la France, avec 6,7 millions de visiteurs par an et 38,5 millions de nuitées, pour 2,5 milliards d'euros de recettes touristiques. Les Italiens marquent leur retour en France avec une croissance des ventes de billets d'avion, toutes compagnies confondues, de +15% selon l'opérateur *E-Dreams* en 2017 et de +21% pour le début 2018.

Plusieurs éléments justifient l'intérêt du tourisme français pour le marché :

- Les Italiens sont des adeptes des courts séjours (60% des séjours) en toutes saisons et notamment à l'occasion des ponts et jours fériés italiens en avril, juin et décembre. Ils saisissent toutes les opportunités de dernière minute avec, comme destinations favorites : Paris Région, Provence, Riviera - Côte d'Azur, Auvergne - Rhône-Alpes et Occitanie.
- La période de congés d'été s'étend sur 3 mois (juin-septembre) et est propice à de longs séjours en France métropolitaine et en Outre-mer (Corse, Côte d'Azur, Bretagne, Normandie, Grand Est avec l'Alsace, Nouvelle-Aquitaine, Caraïbes françaises, Nouvelle-Calédonie et Polynésie française).
- De plus, si les Italiens restent attachés au papier (550 quotidiens/suppléments en Italie), ils poursuivent cependant leur virage digital avec 9,2 milliards d'euros d'achats touristiques en ligne, 1^{er} secteur des ventes en ligne (55% des transactions), en nette croissance. Les professionnels italiens, tour-opérateurs et agences, s'adaptent aux nouvelles mutations du numérique.
- Autre secteur d'importance pour ce marché : le tourisme d'affaires qui représente 22% des séjours des Italiens en France et 1 milliard d'euros de recettes.

- Une accessibilité vers la France en net développement avec 755 connexions hebdomadaires en hiver et 885 en été (11 villes françaises au départ de 17 villes italiennes). Cette augmentation de la capacité est due à l'ouverture de nouvelles lignes des compagnies low cost, mais aussi d'Air France, Joon et Transavia. De même, l'accessibilité par le train a fait également l'objet de nombreuses améliorations : une cinquantaine de liaisons ferroviaires hebdomadaires sont désormais opérées par Thello et la SNCF.

LES OPÉRATIONS PHARES DE ATOUT FRANCE CE PRINTEMPS

Pour consolider la position de leader touristique européen de la France sur le marché italien, le bureau de Atout France en Italie adopte une démarche prenant en compte la variété des cibles de clientèles et déploie une communication autour des marques mondiales de destination, des savoir-faire français et des grands événements visant à valoriser la diversité de l'offre touristique française.

Pour répondre aux exigences du marché italien, les actions menées par l'Agence visent les 3 cibles stratégiques que sont le grand public, la presse et les professionnels :

- La thématique du « savoir-faire » est illustrée par l'artisanat, le design, la mode, la gastronomie, l'art de vivre à la française ou les traditions, mais aussi grâce aux événements, aux expositions culturelles et à l'esprit créatif de l'offre touristique française. Cette thématique est le fil rouge de l'édition 2018 du magazine *Rendez-vous en France* (100 000 exemplaires et version digitale) présentée à la presse italienne (Rome, Milan, Naples).
- Influencer la programmation et soutenir les ventes vers la France fait l'objet d'une attention particulière en synergie avec les professionnels italiens (tour-opérateurs, agences de voyages, loisirs et affaires). Ainsi, le roadshow *Francia* du 9 au 12 avril (Padoue, Bologne, Rome, Bari) mais également les formations *France Expert* et son application professionnelle, permettent d'informer les opérateurs italiens des nouveautés et produits des destinations.
- Le roadshow *France MICE* est organisé du 21 au 23 mars 2018 (Vérone, Milan) autour de cinquante professionnels, responsables d'agences MICE, mais aussi du monde de l'entreprise.
- Concernant la cible presse, la tournée *France Mediatour* (Milan, Bologne, Rome) constitue le grand rendez-vous annuel avec les médias italiens, réseaux d'influenceurs et leaders d'opinion. Organisé à Milan, Bologne et Rome les 24 et 25 janvier, il a permis à 28 partenaires français de présenter leurs nouveautés 2018 à plus de 180 journalistes et blogueurs.

- La 4^e édition *Good France / Goût de France* en Italie, organisée avec les services français fut l'occasion pour Atout France de mettre en valeur l'accueil, la gastronomie et l'art de la table de l'Alsace, cette année à l'honneur, auprès de plus de 120 entrepreneurs, médias, professionnels du tourisme et prescripteurs.
- Enfin, des campagnes digitales permettent de valoriser les courts et longs séjours en France. L'objectif est de générer du trafic vers les offres partenaires et de renforcer les départs à des moments clés de l'année. Plusieurs actions sont mises en œuvre dès ce printemps avec les campagnes *Saint-Valentin* et *72h Francia*. *Parti subito !*, mais aussi avec *Francia. Emozioni da vivere !* pour de plus longs séjours.



L'ACTION DE ATOUT FRANCE EN ITALIE

- *France.fr* : 2 millions de pages vues ;
- Facebook : 98 437 abonnés ;
- 41 actions en 2018 ;
- 104 millions d'internautes atteints via les réseaux sociaux ;
- Retombées presse : 1 051 articles et 55 millions d'€ de contre valeur publicitaire ;
- 1/2 million de clics générés par les campagnes digitales.

MARCHÉ MATURE

LE CANADA, UN MARCHÉ NOMMÉ DÉSIR

10^e puissance économique mondiale, le Canada, avec son territoire immense et sa population multi-ethnique, constitue une clientèle extrêmement diversifiée pour la France. L'évolution positive du taux de départ en Europe des Canadiens, une durée moyenne de séjour en France parmi les plus longues (10,2 nuitées) ainsi qu'une connectivité aérienne qui ne demande qu'à être développée dans l'Ouest, en font un marché de premier ordre.

UNE ÉCONOMIE VIGOREUSE

Le Canada occupe la 2^e place, derrière l'Espagne, parmi les pays du G7 avec une croissance de 3% l'an dernier. Cette progression inclut une création d'emplois record tirant les salaires vers le haut. La reprise des dépenses des sociétés énergétiques et la hausse des investissements constitueront les moteurs de l'économie canadienne en 2018 avec une croissance estimée à 2,3 %, alors que tous les regards sont tournés vers le dossier de l'ALENA (libre-échange).

La confiance élevée des ménages, particulièrement au Québec et en Ontario, laisse présager une augmentation des voyages. *Immigration Canada* estime que 60% des adultes canadiens détiennent un passeport ; le développement de cette clientèle est donc un objectif atteignable pour la destination France.



CHIFFRES CLÉS

Nombre de vols directs entre le Canada et la France :

■ **588 000** arrivées directes en 2015 sur 736 000 au total ;

■ **80%** des arrivées directes se font à CDG.

(Source : Étude Atout France, Connectivité aérienne 2015)

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, le Canada a été, en 2015, le 6^e marché émetteur de touristes avec 32,3 millions de départs. Il arrive en 7^e place en matière de dépenses touristiques à l'international. La durée moyenne des séjours toutes destinations confondues des Canadiens à l'étranger est de 8,5 nuitées¹.

En 2015, les résidents de l'Ontario ont été de loin les plus nombreux à voyager hors du Canada (une nuit ou plus, États-Unis inclus) pour un total de plus de 15 millions de départs, suivis par la Colombie britannique (6,3 millions) et le Québec (6 millions).

Les quelque 1 023 000 Canadiens accueillis en France en 2016 voyageaient en majorité pour le loisir. L'âge moyen du voyageur canadien en France est de 43 ans ; le tiers de la clientèle serait âgée de plus de 55 ans (enquête Parisinfo.com et enquête ADP). Les Canadiens visitent la France en couple, en solo ou en petits groupes, cette dernière manière de voyager étant appréciée des plus de 55 ans.

Pour les visiteurs canadiens, la France apparaît comme la 2^e destination favorite en Europe, après le Royaume-Uni. Au Québec (20% de la population), elle occupe la 1^{re} place.

Le tourisme urbain, la visite des grands sites culturels, la

gastronomie/vin et le tourisme balnéaire composent la recette de vacances idéales en France. Paris reste malgré tout la destination privilégiée, avec 80 % des arrivées aériennes directes à Roissy CDG.

En 2016, Air Canada a ouvert un service à l'année entre Montréal et Lyon offrant une flexibilité nouvelle pour les voyageurs. En 2018, de nouveaux acteurs font également leur entrée dans la catégorie « low cost » (*Level, Primera Air*, etc.) créant un environnement de quasi surcapacité.

Les Antilles françaises sont également une destination prisée, compte tenu du besoin de soleil et de la présence ancienne et active des antennes Martinique et Guadeloupe au Canada. Saint-Martin a accueilli 57 000 Canadiens en 2017².

LES THÈMES CULTURE ET NATURE MIS EN AVANT

Atout France s'appuie sur plusieurs thématiques pour promouvoir la destination : culturelles, événementielles ou art de vivre. Elle mise sur les relais d'opinion ou les industries créatives (festivals d'art, de musique, monde de l'édition) pour séduire.

En septembre, Atout France et l'Office de tourisme et des congrès de Paris se sont par exemple joints à Air France, sponsor officiel du *Toronto International Film Festival*, pour une activation de rue. Le *Air Bistro Paris*, une reproduction d'un bistro parisien avec sa tour Eiffel grand format a accueilli les festivaliers durant 4 jours et une campagne online a permis de communiquer sur les offres culturelles de Paris et de Cannes.

Un mois plus tard, lors du festival de films francophones *Cinéma 21* au Québec, la région Occitanie Sud de France a été mise à l'honneur par le biais d'une campagne et de la programmation de 4 longs-métrages tournés dans la région.

En parallèle, un animateur bien connu au Québec présentait sur la chaîne *Evasion* une série de 20 épisodes intitulée *Un Québécois à Paris*, présentant les différents arrondissements parisiens. Un jeu-concours et des messages publicitaires ont soutenu la diffusion de cette série l'automne dernier et l'action a généré plus de 5 millions d'occasions de la voir.

Enfin, en collaboration avec le Cluster Nature de Atout France, Air France et Rail Europe, l'Agence a invité 6 blogueuses à relever le *Défi France Nature* l'automne dernier. Elles ont chacune exploré un secteur de France, publiant de nombreux posts avec une portée totale de 19 millions d'impressions. 6 500 personnes ont voté pour la destination #FranceNature de l'année. Une journée à Paris a également permis de souligner le côté ludique et actif de la Ville Lumière, une opération qui dans son ensemble a mis un coup de projecteur sur les spectaculaires espaces naturels de France et son offre plein air.

Le Cluster Tourisme de pleine nature s'associe à l'équipementier MEC

Afin de renforcer la visibilité de l'offre nature française au Canada, le Cluster mènera en mai une série d'actions digitales en partenariat avec la chaîne de magasins de sports et de plein air canadienne MEC. 4 articles « sport / nature active » seront relayés sur le blog de l'équipementier, qui est suivi par une importante communauté (5 millions de membres), et sur les réseaux sociaux.



► Air Bistro Paris au Toronto International Film Festival



► Campagne Occitanie Sud de France, festival de films francophones Cinéma 21 au Québec



► Campagne Un Québécois à Paris

¹ Statistique Canada

² Office du tourisme de Saint Martin

ACTIONS À L'INTERNATIONAL

CORÉE DU SUD FRENCH KOREAN GOLF TOURNAMENT

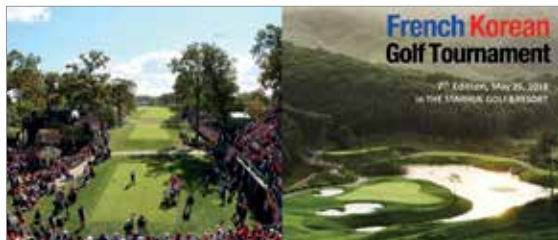
Afin de promouvoir la France en tant que destination golfeuse, Atout France organisera le 25 mai prochain, en partenariat avec la chambre de commerce et de l'industrie franco-coréenne (FKCCI), sur le prestigieux green de « The Star HUE Golf & Resort », le 7^e French Korean Golf Tournament.

Ce tournoi, très haut de gamme, permettra à 13 entreprises franco-coréennes sponsors, membres de la FKCCI, d'initier ou de renforcer leurs relations d'affaires. Le golf coréen est le 3^e marché au monde derrière le Japon et les États-Unis et devant le Royaume-Uni. Bien que son territoire ne représente qu'environ 1/5 de la France, la Corée du Sud possède 473 terrains de golf, qui ont connu en 2016 une fréquentation en hausse de 5,3%. Les Coréens dépensent, chaque année, 13 milliards de dollars pour ce sport à forte valeur ajoutée. (source KGA).



38%, c'est la part de marché du golf dans le PIB du sport en Corée du Sud.

(Source : KGA)



JAPON L'OFFRE FRANÇAISE AU JAPAN GOLF FAIR

2018 rime avec année golfeuse en France ! La Ryder Cup va attirer tous les regards en septembre et c'est l'occasion de rappeler aux golfeurs japonais (plus de 10 millions de joueurs), que la France dispose d'une offre golfeuse exceptionnelle. De la Côte d'Azur à Biarritz Pays Basque, des Alpes Mont-Blanc à la Bretagne, de la Bourgogne à la Côte d'Opale, les destinations françaises ainsi que de grands partenaires privés comme Air France ou Paris Aéroports ont répondu présents pour remettre la France golfeuse sur le devant de la scène du 23 au 25 mars lors de la Japan Golf Fair, plus grand salon du golf asiatique avec plus de 56 000 visiteurs en 2017. Et pour donner un coup de projecteur supplémentaire, Paris Région a offert un déjeuner à l'intention de la presse et des agents spécialisés avec le directeur du Golf National comme hôte d'honneur.



45,2% de Japonais ont acheté ou réservé un produit touristique au moins une fois en 2017 via leur smartphone (contre 19,4% en 2013). Il s'agit pour l'essentiel de produits domestiques même si les réservations des hébergements ou des vols secs augmentent.

(Source : JTB Tourism Research & Consulting)



► Le Golf National Saint-Quentin-en-Yvelines

ÉTATS-UNIS LE CHÂTEAU DE VERSAILLES AU MET

Après avoir été présentée au Château de Versailles jusqu'au 25 février, l'exposition « Visitors to Versailles (1682-1789) » s'installe au Metropolitan Museum (MET) de New York du 10 avril au 29 juillet. À cette occasion, Atout France et le MET s'associent pour offrir la possibilité à des partenaires franciliens de bénéficier d'une grande visibilité grâce à une série d'événementiels incluant la soirée d'ouverture du 9 avril. Sont visés 300 membres contributeurs du MET, acteurs de l'intermédiation, représentants des médias. Au total, le volume des actions prévues s'élève à plus de 60 000 USD.



+ 19% : l'augmentation du volume de départs des Américains vers la France en 2017 vs 2016*.

(Source : ARC base billets/voyages réservés par un intermédiaire)



ALLEMAGNE LES MÉDIAS ALLEMANDS, UN MOTEUR DE LA STRATÉGIE D'INFLUENCE

Organisée début février, la tournée médiatique de Atout France a emmené 25 partenaires à la rencontre de 162 journalistes et blogueurs à Munich, Cologne, Hambourg et Berlin.

Une occasion unique pour les destinations et transporteurs participant de communiquer sur les temps forts et les sujets phares de l'année, de programmer aussi des accueils et visites de leurs destinations par ces relais d'opinion triés sur le volet. En point d'orgue de la tournée, Madame Anne-Marie Descôtes, ambassadrice de France en Allemagne, a honoré de sa présence la dernière journée à Berlin.



19,13 M€ : la contrepartie publicitaire générée par les actions du service presse de Atout France en Allemagne en 2017.



SUISSE GOLF ET TOURISME

Dans le cadre de sa stratégie de promotion de la France en tant que destination golfeuse et à l'approche de la Ryder Cup 2018, Atout France en Suisse met l'accent sur le golf et organise plusieurs événements sur cette thématique :

- le 3 mai 2018, un tournoi de golf amateur franco-suisse en coopération avec la chambre de commerce et d'industrie France-Suisse. Ce tournoi au format pro vise à mettre en avant une destination golfeuse française auprès d'une cible corporate, VIP et presse. Il se déroulera pour sa 1^{re} édition sur le prestigieux Golf Club de Lausanne.
- du 6 au 9 septembre 2018, Atout France sera présente avec 4 partenaires français, pour la 4^e année consécutive, sur le tournoi de golf OMEGA European Master, l'une des plus prestigieuses compétitions de golf disputées sur le sol européen. Cet événement se déroulera à Crans-Montana, au cœur des Alpes suisses. Cette présence sera renforcée par une magnifique soirée aux couleurs de la France. Des personnalités, des invités du milieu sportif et des VIP découvriront les partenaires français golfeuses de la soirée avec la présence du directeur du Golf National, Paul Armitage.
- un accueil spécifique sera par ailleurs organisé en Côte d'Azur.



ACTIONS À L'INTERNATIONAL



► **Afrique du Sud** : SE Amb. C. Farnaud, J. Vos, Membre du Parlement, L. Amar, Consul Général au Cap et H. Bezuidenhout (Atout France)



► **Chine** : flyer Prêts à partir



► **Australie** : déjeuner tahitien à Sydney



► **Israël** : pavillon France du salon israélien du tourisme 2018



► **Mexique** : manuel des ventes France Collection

AFRIQUE

AFRIQUE DU SUD

Le tourisme fluvial à l'honneur

L'engouement des Sud-Africains pour le tourisme fluvial ne tarit pas. C'est pourquoi CroisiEurope a confié à Atout France l'organisation d'une rencontre avec les plus importants tour-opérateurs sud-africains. Ce démarchage a été suivi d'une visite d'un salon du voyage BtoB à Johannesburg et d'une mise en avant de CroisiEurope lors d'un cocktail organisé par Atout France au Cap en présence de l'ambassadeur de France en Afrique du Sud.

ASIE

CHINE

Prêts à partir : faciliter l'accueil numérique des visiteurs chinois

Le flyer *Prêts à partir* est diffusé toute l'année dans les passeports lors de la délivrance des visas individuels des touristes en partance pour la France. Il se présente sous la forme d'une petite bande-dessinée humoristique qui met en avant les outils pratiques pour le voyageur chinois : compte WeChat, application, coupon de réduction ou encore incontournables. Pour toucher les repeaters, les flyers sont également mis à disposition dans les 15 centres de visas pour la France, où transitent plus d'1,2 million de voyageurs par an !



800 000 flyers diffusés annuellement.

(Source : Bureau Atout France en Chine)

INDE

Le village mondial indien, un potentiel de croissance en constante progression

Pour mettre en valeur le positionnement luxe de la destination France, Atout France a mis en place plusieurs partenariats avec des marques fortes telles que *Leading Hotels of the World* via l'organisation d'accueils pour 6 agents et 5 journalistes à Paris, Évian et Courchevel en février et mars. Du 9 au 11 mars, Atout France a également participé, en partenariat avec La Vallée Village, au *Luxury Lifestyle Week-End* à Bombay, 1^{er} événement grand public dédié au luxe avec une soirée d'inauguration aux couleurs de la France.



+ 30% de visas délivrés par les services consulaires français en Inde en 2017 par rapport à 2016, ce qui place la France en tête des pays Schengen.

(Source : rapport du Comité Interministériel du tourisme - 19 janvier 2018)

AUSTRALIE

Déjeuner tahitien à Sydney

Près d'une centaine de professionnels du tourisme et de journalistes ont été conviés, le 23 février dernier, à un déjeuner tahitien, au tout nouveau Sofitel Darling Harbour de Sydney. Lors de ce déjeuner, Atout France, en collaboration avec South Pacific Management, Air Tahiti Nui et Tahiti Tourisme, a mis à l'honneur les îles de Polynésie française, leur culture et leur cuisine. Gastronomie, danseurs et musiciens tahitiens, défilé de bijoux en perles tahitiennes, ont animé le déjeuner.

ISRAËL

Succès au salon israélien du tourisme

La France a encore remporté un très vif succès au

salon IMTM 2018 grâce en particulier à la présence importante de partenaires franciliens accompagnés par le CRT Paris Région, de partenaires de la région Nouvelle-Aquitaine et Bordeaux, de la Provence et du Club Med.

Le CRT Paris Région, l'invité d'honneur de la *Semaine de la gastronomie française*, a offert aux professionnels et à la presse locale une belle soirée à la Résidence de France. Le stand a été inauguré par l'ambassadrice de France et le ministre israélien du tourisme.

MOYEN-ORIENT - TURQUIE

Mille et une féeries à Paris

50 agents de voyages des pays du Golfe (Émirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Koweït et Qatar), parmi les plus influents de la région, ont eu le plaisir de découvrir la magie de Disneyland Paris en mars lors d'un éductour qui s'est ensuite prolongé sur Paris. Cette mission a ainsi été l'occasion de mettre en valeur le Prince de Galles et le Mariott Champs Élysées à l'occasion d'une découverte de la capitale marquée par une séance shopping et la visite de musées parisiens incontournables.



60% de la croissance touristique du Moyen-Orient vers la France est alimentée par les pays du Golfe dont 30% pour l'Arabie Saoudite.

(Source : Organisation mondiale du Tourisme)

AMÉRIQUES

BRÉSIL

Campagne pour La Vallée Village

De novembre à janvier derniers, une campagne de communication a été opérée au Brésil afin de promouvoir *La Vallée Village*. Une landing page a été créée sur le site *France.fr*, d'importants investissements faits sur Google adworks, ainsi que de nombreux posts et annonces sur la page Facebook locale (+650.000 fans).

Enfin, une action B2B a aussi été menée, afin de sensibiliser les professionnels au produit, à ses informations pratiques et calendrier 2018 et de promouvoir un bon de réduction exclusif.

MEXIQUE

France Collection

En mars, Atout France lance au Mexique une version adaptée et traduite de *France Collection*, un manuel des ventes dédié aux marques mondiales de destinations. Cet outil propose des itinéraires de 3 jours en région, des informations pratiques sur les transports, les choses à ne pas manquer et les grands événements. Il sera présenté aux agents de voyages lors de la tournée annuelle d'*Expo Mayoristas* à Leon, Guadalajara et Merida.

EUROPE

BELGIQUE

60^e édition du Salon des Vacances

Le salon qui s'est tenu du 1^{er} au 5 février à Bruxelles a été l'occasion pour les 105 620 visiteurs (+3,6% cette année) de découvrir les 1 200 m² du Pavillon France et ses 185 destinations et produits touristiques. Cette année, 2 régions étaient mises à l'honneur sur le Pavillon France : les Pays de la Loire et l'Occitanie Sud de France ont été valorisés lors d'une conférence

ACTIONS À L'INTERNATIONAL

de presse sur le Tour de France en présence d'une trentaine de journalistes et d'officiels, parmi lesquels le président du CRT, Franck Louvrier, le directeur général du Tour de France, Christian Prudhomme et des représentants de la ville de Bruxelles.

ESPAGNE

Les savoir-faire français à l'honneur

En 2018, Atout France poursuit sa valorisation des savoir-faire français en Espagne :

Le magazine *Rendez-vous en France 2018* et sa version digitale valoriseront la France de l'excellence : l'œnotourisme, l'écotourisme et les savoir-faire et métiers d'artisanat d'art seront mis en lumière.

Autre initiative, *Les Routes du savoir-faire* inviteront à nouveau les internautes à suivre un influenceur (vidéo blogueur) qui leur fera découvrir une destination via ses acteurs (visites d'ateliers, cours de cuisine, découverte de produits du terroir, etc.). Une campagne de promotion soutient le trafic vers le site *Las Rutas del saber hacer* (sur *France.fr*) dont les contenus sont également repris sur le site d'itinéraires en voiture *mywayrutasencoche.com*.

GRANDE-BRETAGNE - IRLANDE

Semaines françaises au Carrousel de Londres

Du 26 février au 10 mars, les Londoniens ont eu l'occasion de découvrir la France dans la galerie du Carrousel. Ce lieu atypique, où se rencontrent entre la gastronomie et la culture, propose un restaurant ouvert aux chefs du monde entier qui y font découvrir leurs talents. Lors de ces 2 *Semaines françaises* organisées par Atout France, les chefs Orjollet et Hennot de la Nouvelle-Aquitaine et de Bretagne ont été les ambassadeurs de la cuisine française. Les Londoniens ont également pu y admirer les œuvres de Maia Flore pour l'exposition *Imagine France by the Sea*.

Enfin, le Carrousel a également été le cadre du lancement officiel de la stratégie #Feel et de la version britannique de *France.fr*.



+ 3% du nombre de visites des Britanniques à l'étranger lors des 9 premiers mois 2017 (vs 2016).

(Source : Office for National Statistics)

AUTRICHE ET EUROPE CENTRALE

Coopération inédite avec le blog *Urlaubsguru*

Atout France a mis en place un partenariat étroit avec le principal blog voyages de la zone germanophone, *Urlaubsguru*. De janvier à mai, une campagne France emmène ainsi les followers du blog à la découverte de différentes destinations françaises, dont Nice, la Corse, l'Aude, l'Hérault, Toulouse ou encore Nantes, via des articles et des offres de séjours et à une large communication sur les différents canaux de communication de *Urlaubsguru*. Sur le marché autrichien, le blog enregistre 831 000 visiteurs et 2,3 millions de pages vues chaque mois.

PAYS-BAS

Lancement de la stratégie RP #FEEL auprès des médias néerlandais

Le 15 février dernier, près de 90 journalistes et blogueurs se sont réunis autour de 18 destinations françaises et Thalys pour l'événement France lançant #FEEL 2018. Par ailleurs, dans la continuité de l'accueil événementiel sports d'hiver ayant réuni 16 influenceurs dans les Alpes fin janvier en coopération avec France Montagnes (+30.000 interactions), une dizaine de blogueurs et

instagrammeurs néerlandais partiront pour un voyage sensoriel dans les destinations partenaires #FEEL 2018 au printemps, en partenariat avec Peugeot Pays-Bas.



+ 7% : c'est l'augmentation du nombre de séjours des Néerlandais en France en 2017.

(Source : CVO 2017 - NBTC-NIPO)

SCANDINAVIE

Le Var soutient activement l'ouverture de ligne Scandinavie-Toulon par SAS

Les connexions directes des capitales nordiques vers les aéroports régionaux français sont un élément clé pour le développement des clientèles scandinaves vers de nouveaux territoires.

À l'occasion de l'ouverture de la ligne Copenhague/Toulon-Hyères par la compagnie SAS le 21 avril prochain pour 6 mois (3 vols/semaine en haute saison), Vistivar, l'Office de tourisme intercommunal de Hyères et l'aéroport de Toulon-Hyères se sont déplacés pour dévoiler les atouts de leur destination aux journalistes et blogueurs voyages à Stockholm, le 13 février, et à Copenhague, le 14 février. Pour parfaire ce dispositif de soutien d'ouverture de ligne, plusieurs voyages de presse sont programmés dans les mois à venir.



+ 56% de réservations des Suédois vers la France entre 2017 et 2016. Paris fait son entrée dans le top 10 des destinations de l'année.

(Source : travelnews Suède sur statistiques de booking stats)

POLOGNE

Tournée Riviera avec Atout France Autriche et Europe Centrale

La Côte d'Azur est une destination bien connue par les Polonais. Aussi, Atout France n'a pas eu de difficulté à convaincre près de 35 tour-opérateurs polonais et 10 journalistes à participer à Varsovie à un événement où 13 partenaires de la Côte d'Azur étaient présents : institutionnels et hôteliers ont visité Varsovie le 8 mars.



Parmi les **400 000** Polonais qui vont en France chaque année, **8,2%** choisissent la Riviera. Ce chiffre sera renforcé avec les nouvelles liaisons aériennes : Varsovie-Nice et Cracovie-Marseille.

(Source : Touriscop CRT Côte d'Azur France)

RUSSIE - UKRAINE

Mission Côte d'Azur

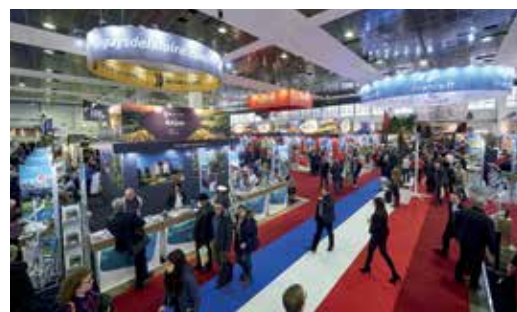
Après le succès de la Mission Côte d'Azur 2016, les partenaires azuréens sont de retour sur les marchés Russie et Ukraine avec une tournée qui aura lieu du 16 au 20 avril à Kiev, Saint-Petersbourg et Moscou. La Côte d'Azur reste l'une des destinations les plus plébiscitées par la clientèle russe.

Dans le cadre de la Mission commerciale, une série de workshops sera organisée avec plus de 300 tour-opérateurs et agences de voyages locaux, ainsi qu'une soirée de gala à Moscou avec la participation des professionnels du tourisme, des médias et des influenceurs.



+ 27% : hausse de départs des touristes russes à l'étranger (janvier-septembre 2017).

(Source : Rosstat)



► Belgique : pavillon France au Salon des Vacances



► Espagne : Les Routes du savoir-faire



► Grande-Bretagne : exposition *Imagine France by the Sea*



► Autriche : collaboration avec le blog *Urlaubsguru*



► Pays-Bas : accueil influenceurs avec France Montagnes



► Scandinavie : présentation de l'ouverture de la ligne Copenhague/Toulon-Hyères

EN BREF

PUBLICATIONS

- *Lettre de veille internationale n°7*

Toutes les informations clés sur l'évolution du tourisme international et les problématiques qui y sont liées, sous l'angle de la demande, de l'offre et la distribution, de l'observation, du numérique ainsi que de la concurrence.

Mars 2018

Partenaires Atout France : offert

Non adhérents : 35 € l'unité

ou 120 € pour 4 numéros

- *Panorama du tourisme littoral*

Cahier 3 : *Stratégies de gouvernance*

Avril 2018

Coll. Ingénierie et développement touristique

24,95 €

- *Les Parcs de loisirs*

Avril 2018

Coll. Ingénierie et développement touristique

24,95 €

CONFÉRENCES ET FORMATIONS

- **Connaître et décrypter le parcours de votre client pour créer l'expérience et identifier les ambassadeurs de votre marque**

Jeudi 24 et vendredi 25 mai 2018

Atout France

79/81, rue de Clichy - 75009 Paris

- **La visite touristique et culturelle à l'heure de la transformation numérique**

Jeudi 27 septembre 2018

Atout France

79/81, rue de Clichy - 75009 Paris

- **Mise en marché et commercialisation de votre offre œnotouristique**

Jeudi 15 novembre 2018

Atout France

79/81, rue de Clichy - 75009 Paris

ÉVÉNEMENTS À VENIR

- **Journées Partenariales**

Du 26 au 28 juin 2018, à Paris

- **France Meeting Event**

Du 29 septembre au 1^{er} octobre 2018, à Saint-Tropez

- **Spiritual France**

Le 1^{er} octobre 2018, à Lourdes

- **Green France**

Le 8 octobre 2018, à Saint-Étienne

- **Destination Vignobles**

16 et 17 octobre 2018, à Bordeaux

ACTUALITÉ DE AIR FRANCE

Des cartes étoilées

Ambassadrice de la gastronomie française, Air France confie en 2018 ses cartes « La Première et Business » à 6 chefs étoilés : J. Rebuchon, M. Roth, O. Bellin, AS. Pic, G. Martin et R. Marcon participent avec Servair à la conception des menus, au choix des produits et à la création des recettes.

En complément, au départ des Antilles et de la Guyane, Babette de Rozières revisite les classiques de la cuisine créole. À destination de Séoul, la chef coréenne Youn-Young Kim initie les voyageurs à la richesse des saveurs d'Asie. Entre Buenos Aires et Paris, Olivier Falchi, ambassadeur de la cuisine française en Amérique du Sud propose 6 plats en alternance. Enfin, à destination de Guangzhou, Hong Kong, Pékin, Shanghai et Wuhan en Chine ainsi que Singapour, Zhao Guangyou offre des mets déclinés de la cuisine impériale aux ingrédients précieusement choisis.

Streaming à bord

Depuis le 5 février 2018, Air France teste une nouvelle offre de divertissement à bord sur la ligne Paris CDG-Tel Aviv. Ce projet pilote permet la diffusion d'un réseau WiFi interne par 2 box mobiles placées dans l'avion. Les clients peuvent se connecter via leurs appareils personnels à un portail et accéder à une offre gratuite de contenus en streaming : vidéo, presse, actualités, musique, moving map, en cohérence avec l'offre de divertissements présente sur l'app *Air France Play*.

Nouvelles liaisons

Cet été, Air France lance 5 nouvelles destinations méditerranéennes au départ de Paris-Charles de Gaulle : Bari, Cagliari, Dubrovnik, Ibiza et Perpignan. Elles sont complémentaires des 11 nouvelles destinations saisonnières : Toulouse-Ibiza, Toulon-Genève, Marseille-Genève, Montpellier-Ibiza,

Toulouse-Athènes, Nice-Beyrouth, Nice-Athènes, Nice-Tel Aviv, Marseille-Beyrouth, Marseille-Athènes et Paris-Charles de Gaulle-Agadir.

AIRFRANCE

